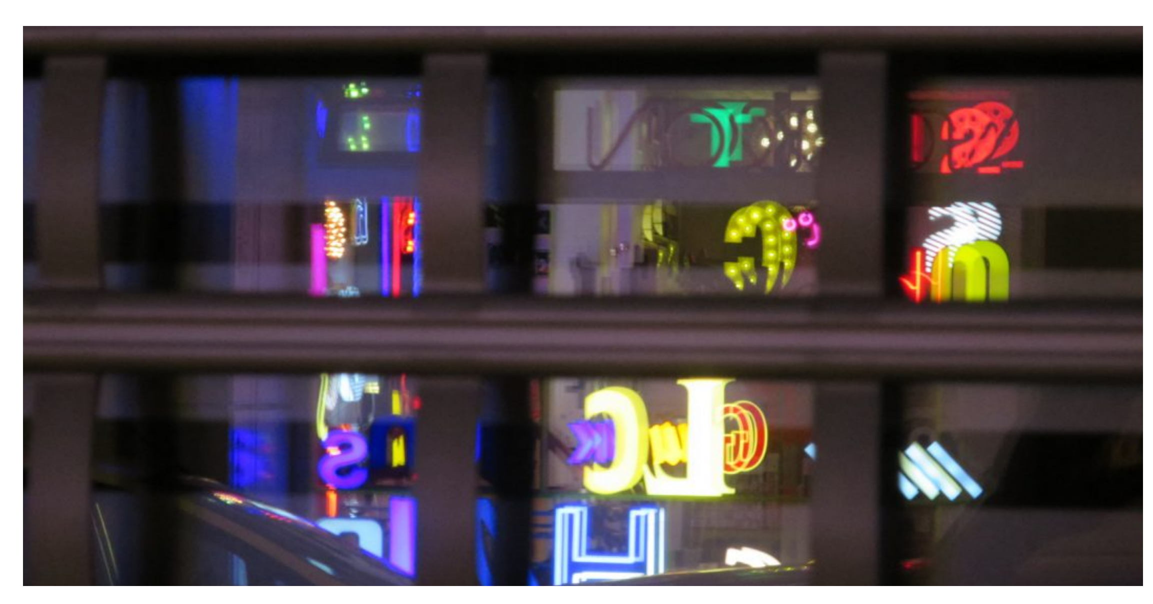
☰





ACHIM SZEPANSKI 2017-10-04

AUTOMATION, NETZWERKE UND PLATTFORMEN (3)

ECONOFICTION CAPITAL, CAPITALISM, PLATTFORMEN, SHARE ECONOMY

Der englische Begriff *platform* stammt aus der Software-Branche und verweist auf die Technik der Anwendung (Hardware) oder auf ein Betriebssystem, das wiederum zu einer bestimmten Softwareentwicklung führt.

Im Kontext des Internets ist das Konzept der Plattform ein Resultat des Dotcom-Crashs im Jahr 2001. Insbesondere die hoch bewerteten IT-Unternehmen konnten die von den Finanzmärkten vorgegebenen Gewinnerwartungen nicht erfüllen, sodass der IT-Branche ein umfassender finanzieller und symbolischer Kollaps drohte, worauf man als Antwort auf letzteren den Plattform-Begriff wählte, um eine Reorganisation des Sektors durchzuführen. Man wolte die Aktivitäten der Online-Unternehmen sowohl als neutrale Dienste für sog. Do-it-yourself-User als auch als ökonomische Anreizsysteme für große Medienunternehmen inszenieren.

Plattformen sind zunächst als Unternehmen zu verstehen, die Online-Angebote bereitstellen bzw. meistens kostenlos eine bestimmte Dienstleistung anbieten. Dafür stellen die Unternehmen eine digitale Infrastruktur und Architektur zur Verfügung, über welche die Kommunikation und Interaktion zwischen zwei oder mehreren Akteuren vermittelt werden kann: Kunden, Werbefachleute, Serviceprovider, Produzenten, Logistikfirmen und physische Objekte. Ihre ökonomischen Erfolge generieren die Plattformen mit der Exploitation von Daten bzw. der Verwertung fremder Tätigkeiten. Sie sind Teil der sog. Share Ökonomie, innerhalb derer Dienstleistungen wie Taxifahrten (Uber), Essenslieferungen (Deliveroo), Wohnungen und Zimmer (Airbnb) etc. über Applikationen organisiert werden, sodass die Kunden über ihr Smartphone bestimmte Leistungen buchen können. Dazu benötigen die Plattformen unbedingt die User (Crowd) und deren Tätigkeiten im Internet, um den Kunden zu generieren, während ihre Beschäftigten für ihre Arbeitsmittel selbst sorgen müssen und sie mit den Kunden teilen (Ressourcenintegration). Materialkosten und -risiken sind damit an die Beschäftigten ausgelagert, die von Oliver Nachtwey als Kontingenzarbeitskräfte bezeichnet werden.

Die Plattformen sind nicht für die auf ihren Webseiten produzierten Inhalte verantwortlich, stellen aber die technischen Infrastrukturen bereit und beherrschen damit die Form. Dabei fungieren die Plattformen als algorithmisierte und automatisierte Onlinemärkte und treten zugleich als Intermediäre auf, wobei nicht

auszuschließen ist, dass sie überflüssig wären, wenn Anbieter und Nachfrager sich direkt treffen würden. Deshalb sind sie strukturell gezwungen, die von den Usern produzierten Datenflüsse zu kontrollieren und die Kommunikationen mit sog. Lockin Strategien zu oligopolisieren. Plattformen schieben sich im Zuge spezifischer Konkurrenzmechanismen oft mit Billigangeboten zwischen die Produzenten und die Kunden und über die entsprechenden Netzwerkeffekte kann es zu massiven Oligopolisierungen kommen. Alle Plattformen behalten sich vor, jederzeit die Strukturen ihres Geschäfts zu verändern.

Man kann ein grobe Gliederung der Plattformen ohne Weiteres vornehmen. Unternehmen wie Alibaba und Amazon greifen von zwei Seiten auf die User zu. Zum einen monetarisieren sie deren Daten und Nachfrage, zum anderen werben sie mit dem Verkauf für ihre eigenen Produkte und Dienstleistungen. Es gibt des Weiteren Plattformen, die sich hauptsächlich mit Werbung finanzieren (Google, Facebook), indem sie die Informationen und Daten von Usern extrahieren, um diese zu analysieren und die Resultate zu nutzen, um Plätze für Werbung anzubieten. Die Produktion von Google und Facebook ist scheinbar grenzenlos skalierbar, das heißt die Grenzkosten sind relativ gering, nachdem das Produkt erst einmal hergestellt ist.

Weiter spricht man von Cloud-Plattformen (AWS, Salesforce), die sich als Eigentümer der Hardware und Software von digitalen Geschäften ausweisen und diese vermieten, wenn Nachfrage besteht. Ein weiterer Typ sind die industriellen Plattformen (GE, Siemens), die Hardware und Software herstellen, um traditionelle Produktionsprozesse in Prozesse, die auf dem Internet basieren, umzuwandeln und damit die Produktionskosten zu senken, i.e. Produkte in Serviceleistungen umwandeln. Man spricht Produktplattformen (Rolls Royce, Spotify), die Profite generieren, indem sie andere Plattformen benutzen, um ein Produkt in eine Serviceleistung umzuwandeln und dafür Renten oder Gebühren zu verlangen. Schließlich gibt es Plattformen (Uber, Airbnb), die fast ohne jedes Eigentum an Assets operieren.

Amazon, Apple und Facebook gehören von ihrer Marktkapitalisierung her zu den großen Unternehmen der Welt, wobei sie eine Distanz zu dem besitzen, was man gewöhnlich als produktive Sphäre der kapitalistischen Ökonomie, in der Waren und Dienstleistungen produziert werden, bezeichnet. Zumindest produziert Apple neben anderen Produkten auch Smartphones, obgleich seine »Produktion« eher ein Design einer Anzahl von Produkten ist, die andere Unternehmen herstellen und die Apple als Oligopolist in einer kaum kontrollierten Marktstruktur verkaufen kann, ganz zu schweigen von seinen umfassenden Tätigkeiten an den Finanzmärkten. Alibaba und Amazon befinden sich als Plattformen, die die Produkte andere Unternehmen verkaufen und dafür eine Gebühr beziehen, im E-Commerce Business. Auch Alibaba ist stark in Finanzgeschäfte involviert, während Amazon ein Big Player in den cloud computing services ist. Google und Facebook stellen Internetdienste zur Verfügung, um mit den Rohmaterialien, welche die User innerhalb ihrer Systeme herstellen, Renditen aus dem Verkauf von Anzeigen zu erzielen. Was diese stark expansiven Unternehmen außer Alibaba gemeinsam haben, das besteht darin, dass sie in der USA angesiedelt sind. Die Dominanz der USA als ein Territorium für diese Top-Unternehmen basiert auf einer großen und relativ wohlhabenden Bevölkerung, die einen Markt ermöglicht, in dem Start-Ups immer noch zu Konzernen aufsteigen und sehr reiche Individuen hohe Geldsummen in potenziell erfolgreiche Ideen investieren können. Selbst heute noch kommen mehr als die Hälfte der Revenuen von Google/Alphabet aus den USA. Das ist ein Mechanismus, mit dem existierende Privilegien zukünftige Privilegien sichern.

Foto: Bernhard Weber